

# ESTUDO DE CASO DA SECRETARIA DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE IGUALDADE RACIAL

Brasília-DF, 31 de outubro de 2011.

**Objeto: Ref. Processo: 00041.0001108/2011-02, OUVIDORIA/SEPP/PR.**

O relato é sobre a campanha da Caixa Econômica Federal – CEF, que traz Machado de Assis como personagem.

Em vários e-mails encaminhados a esta Ouvidoria Nacional da Igualdade Racial, pôde-se extrair diversas informações, abaixo transcritas:

Criado pela agência BorghiErh/Lowe, 7ª maior agência de propaganda do país (segundo ranking Ibope/Monitor) e ancorado pela atriz global Glória Pires. O filme começou a veicular no dia 11 de setembro o novo filme da campanha dos 150 anos da CAIXA. Trata-se do 9º comercial, de uma série de doze, que relatam curiosidades, histórias reais e interessantes, que aconteceram durante todos estes anos de existência do Banco.

No filme “O Bruxo do Cosme Velho”, a atriz Glória Pires relata a história de um dos mais ilustres clientes da CAIXA, Machado de Assis, o maior

escritor brasileiro de todos os tempos, também fundador e primeiro Presidente da Academia de Letras.

Mas a produção do filme errou num “pequeno detalhe”: o ator contratado para representar Machado é branco, quando o escritor era mulato.

A Caixa, ao responder pelo “pequeno detalhe”, por meio da assessoria de imprensa, diz que “o banco sempre se notabilizou pela sua atuação pautada nos princípios da responsabilidade social e pelo respeito à diversidade. Portanto, a Caixa sempre busca retratar em suas peças publicitárias toda a diversidade racial que caracteriza o nosso país.” E apesar desse posicionamento, não informou se fará alguma modificação no filme. O comercial é veiculado em TVs abertas e fechadas, cinemas, e a campanha é composta também por anúncios para revista e jornal.

Várias manifestações de indignação foram enviadas a esta

Ouvidoria, em virtude da retratação de Machado de Assis como sendo um homem branco, no qual sugeriam a suspensão da exibição do comercial bem como retratação pública por parte da Caixa Econômica Federal, como pode ser verificado em trechos de e-mails abaixo:

Gostaria de registrar minha indignação a respeito do filme publicitário que a CEF fez veicular em rede nacional que mostra como protagonista um Machado de Assis não condizente com os fatos históricos. Machado de Assis era mulato e portanto, para maior fidelidade para com a personalidade, a CEF deveria se comprometer a retratá-la devidamente. Isso posto, espero que a SEPPIR tome as providências para ouvir o lado da CEF e se for preciso a sua retratação junto aos brasileiros que admiram o legado do escritor e também se inspiram nas suas obras.

O fato mais visível é o branqueamento de Machado de Assis. (...) O comercial assinado por “Caixa – 150 anos” e Governo Federal – País rico e País sem pobreza”, apaga completamente as presenças negra e

Em ofício enviado a esta Ouvidoria, em 23 de setembro de 2011, a Caixa Econômica expôs que:

1. notificaram as emissoras de TV, pedindo a suspensão da veiculação do filme.
2. exclusão da peça exibida no sítio [www.caixa.gov.br](http://www.caixa.gov.br).
3. no âmbito interno desabilitamos a tela de descanso disponibilizada nos microcomputadores das nossas unidades.

A Caixa Econômica refez a campanha publicitária, no entanto, antes de exibi-la novamente convidou representantes da SEPPIR, para assistir e aprovar o vídeo.

mestiça da capital federal do início do século.

(...) O comercial nos faz acreditar que a “poupança dos escravos” havia sido uma iniciativa progressista da Caixa quando, na verdade, foi um retrocesso nas “leis informais” que regulavam as iniciativas de compra de liberdade, e uma forma de o governo brasileiro, já no final da escravidão, lucrar um pouco mais com a exploração do trabalho escravo.

(...) Seria bom que a Caixa Econômica Federal investigasse a possibilidade de ter cometido erros e, se for o caso, se retratasse. Pelo branqueamento de Machado de Assis e por ter lucrado, talvez ilegalmente, com o dinheiro dos escravos, e fazer disso motivo de orgulho.

A denúncia foi encaminhada ao Ministério Público Federal; ao Conselho Nacional de Autorregulamentação - CONAR; à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República; à Caixa Econômica Federal e a Ouvidoria da Caixa Econômica Federal.

Após a retirada da veiculação da campanha publicitária a SEPPIR recebeu vários moções de apoio como :

“As mulheres e homens reunidos na plenária final da 3ª Conferência Estadual de Políticas para as Mulheres,

ocorrida dia 10 de outubro, em Maceió, estado de Alagoas, considerando a brilhante iniciativa em prol da construção de uma cultura de mídia igualitária, democrática e não reprodutora de estereótipos de gênero, com a dimensão etnicorracial, da identidade sexual e relacionados aos aspectos geracionais, resolve:

Parabenizar a ministra da Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial, Senhora Luiza Bairros, que a partir da mobilização do movimento negro brasileiro, impulsionou a empresa Caixa Econômica Federal a rever o conceito de branquitude aplicado ao escritor Machado de Assis, nascido não-branco,

em peça publicitária veiculada em todo território nacional, descaracterizando assim, aspectos identitários da história oficial do Brasil.

Hoje (segunda-feira, 10 de outubro) a Caixa Econômica Federal começou a veicular uma peça publicitária que expressa a determinação e unidade de luta do movimento negro brasileiro quando em uma abertura emblemática o ator negro enfatiza que:"em respeito ao povo brasileiro", apresentamos Machado de Assis, caracterizado como um homem negro!".